

## ANALISIS PELATIHAN MARKETPLACE BAGI PELAKU USAHA KUE DI MASA PANDEMIK COVID-19 DI DESA JATIRAGAS

Enjang Suherman<sup>1</sup>, Rika Uswatun Hasanah<sup>2</sup>

enjangsuherman@ubpkarawang.ac.id dan Mn17.rikahasanah@mhs.ubpkarawang.ac.id,

### Abstrak

Pemanfaatan internet menjadi andalan dalam melakukan pemasaran online melalui media sosial, jasa pengiklanan, toko online, dan masih banyak lainnya. Terutama dimasa pandemik seperti ini dimana pembatasan sosial diberlakukan untuk memutus rantai *covid-19* sehingga aktivitas jual beli secara online melalui marketplace dapat memudahkan dalam bertransaksi. Pemasaran online merupakan pendukung sebuah konsep pemasaran modern. Konsep tersebut berupa segala macam bentuk promosi dan penjualan produk atau jasa melalui internet. Tujuan pelaksanaan pelatihan kegiatan untuk memberikan ide, dan gagasan sebagai upaya meningkatkan pemasaran dengan metode pemasaran online melalui marketplace.

Metode yang dilakukan penelitian ini adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi pada saat kegiatan tersebut dengan berdiskusi dengan perwakilan perangkat desa Jatiragas dan tim KKN desa Jatiragas. Analisis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk memberikan gambaran secara umum atas pelaksanaan pelatihan marketplace bagi pelaku usaha kue di desa Jatiragas.

Hasil dan Pembahasan yaitu Desa Jatiragas memiliki potensi dari berbagai aspek, salah satunya adalah potensi ekonomi dalam pembuatan kue. Kurangnya pengetahuan pemanfaatan teknologi, pemasaran Kue dilakukan melalui *word of mouth* (dari mulut ke mulut) dan pemasaran melalui *whatsapp*, sehingga membuat cakupan pemasaran Kue belum mencakup luas. Untuk pengembangan pemasaran kue desa Jatiragas dapat dilakukan dengan menggunakan metode pemasaran online melalui pemanfaatan teknologi yakni dengan memanfaatkan e-commerce seperti marketplace pada aplikasi shopee, lazada, tokopedia, blibli, dan sebagainya sedangkan pelaksanaan pelatihan tersebut menggunakan metode diskusi dan metode peragaan atau contoh sehingga pelaku usaha dapat mengakses marketplace tersebut.

Kata Kunci : Analisis Pelatihan, dan marketplace,

## Pendahuluan

Desa Jatiragas merupakan desa yang terletak di sebelah timur kabupaten Karawang, lebih tepatnya di Kecamatan Jatisari. Jatiragas dikenal sebagai Desa yang mempunyai Potensi, potensi yang dimaksud ada tiga yaitu, Aspek Pendidikan, Keagamaan, dan Aspek Ekonomi. Berikut ini pengembangan potensi yang dimiliki oleh desa jatiragas :

### 1. Aspek Pendidikan

Dalam Aspek Pendidikan desa Jatiragas Merupakan salah satu desa yang lengkap, karena semua jenjang Pendidikan di desa Jatiragas ada dari tingkat TK, PAUD, Madrasah, SD, SMP, SMA dan bahkan Pesantren. Pendidikan yang paling dikenal di desa Jatiragas adalah banyak sekali Pesantren sehingga Masyarakat desa Jatiragas sangat kental dalam Keagamaannya.

### 2. Aspek Ekonomi

Dalam Aspek Ekonomi seperti yang sudah saya jelaskan desa Jatiragas adalah desa yang mayoritas masyarakatnya membuat kue untuk dijual di desa dan di acara hajatan atau pesta

### 3. Aspek Agama

Seperti yang sudah dijelaskan pada aspek Pendidikan, Keagamaan di desa Jatiragas sangat kental karena di desa tersebut terdapat beberapa Pesantren. Banyak masyarakat yang menempuh Pendidikan di pesantren desa Jatiragas, karena pesantren desa Jatiragas memiliki kualitas Pendidikan yang baik.

Desa Jatiragas memiliki potensi dari berbagai aspek, namun yang menjadi perhatian penulis adalah potensi ekonomi dalam pembuatan Kue yang diproduksi oleh masyarakat desa Jatiragas. Kue ini produksi kue rumahan keluarga, dan kue yang diproduksi bermacam-macam , yakni kue rendang, bibika, wingka, kue lapis, kue ali, bolu, lemper, dan masih banyak lainnya.

Dusun yang membuat Kue di Desa Jatiragas, terletak di Dusun 1 Kampung Lembur Gede Rw 02, dan terdapat 15 rumah yang membuat Kue. Setiap pembuatan Kue bisa mencapai 500 lebih dari per macam kue nya, pembuatan Kue di buat ketika ada pemesanan dan biasanya memiliki *stock* Kue untuk pembeli yang datang kerumah.

Sistem penjualan Kue dilakukan dengan menyuplai ke pasar jatiwangi dan ketika ada pesanan acara saja, sedangkan untuk pemasaran nya dilakukan melalui *word of mouth* (dari mulut ke mulut) dan pemasaran melalui *whatsapp*. Kurangnya pengetahuan pemanfaatan teknologi seperti pembuatan toko online pada masyarakat, membuat cakupan pemasaran Kue belum mencakup luas. Sehingga diperlukan sosialisasi atau pelatihan dengan dibantu oleh tim

KKN sebagai pengabdian kepada masyarakat untuk memperluas pemasaran produk secara online melalui marketplace.

## **Landasan Teori**

Menurut William J Stanton dalam (Basu Swastha & Irawan, 2003) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli maupun pembeli potensial. Menurut (Tjiptono, 2002) berpendapat bahwa strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Pemasaran online merupakan pendukung sebuah konsep pemasaran modern. Konsep tersebut berupa segala macam bentuk promosi dan penjualan produk atau jasa melalui internet. Pemanfaatan internet menjadi andalan dalam melakukan pemasaran online melalui media sosial, jasa pengiklanan, toko online, dan masih banyak lainnya. Jadi pemasaran online adalah usaha yang dilakukan untuk mempromosikan produk atau jasa dengan menggunakan internet.

Perkembangan teknologi saat ini merupakan suatu kebutuhan yang harus dimiliki untuk meningkatkan pelayanan pada suatu organisasi. Pemanfaatan teknologi untuk membuat toko online melalui *E-commerce* sangat diperlukan untuk mempermudah dalam melakukan aktivitas jual beli dan memperluas pemasaran produk, agar produk dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan penjualan. Peran e-commerce menunjang berkembangnya kegiatan perdagangan secara online melalui melalui keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. (Handayani, 2017). Marketplace didefinisikan sebagai website atau aplikasi online dengan fasilitas proses jual beli dari berbagai toko . Konsep marketplace kurang lebih seperti pasar tradisional, marketplace menyediakan tempat untuk penjual yang ingin berjualan produknya dan membantu bertemunya dengan pelanggan dan difasilitasi transaksi dengan lebih mudah dan efisien (Nathasya, 2018).

Penggunaan metode pemasaran online melalui marketplace, memiliki kekurangan dan kelebihan tersendiri. Kelebihan dari pemasaran online yaitu memperluas cakupan wilayah yang masih dapat dijangkau oleh akses internet, mengurangi biaya sewa, fleksibilitas waktu dan lainnya. Sedangkan untuk kekurangannya adalah teknik *marketing* yang cukup sulit

dipahami oleh masyarakat awam, karena membutuhkan waktu untuk mempelajarinya dan kesabaran menghadapi kesabaran saat menghadapi konsumen.

Pelatihan adalah proses sistematis mengubah tingkah laku pegawai yang berkaitan dengan keahlian dan keterampilan dalam melaksanakan pekerjaan saat ini.(Rivai dan Sagala. 2011). Sasaran pelatihan dapat dikategorikan dalam beberapa tipe tingkah laku yang diinginkan yaitu

1. Kategori Psikomotor, sasaran agar orang memiliki keterampilan fisik tertentu.
2. Kategori Apektif, sasaran agar orang memiliki sikap tertentu.
3. Kategori Kognitif, sasaran agar memiliki pengetahuan dan keterampilan berfikir.

Metode yang dipilih hendak disesuaikan dengan jenis pelatihan yang akan dilaksanakan dan yang dapat dikembangkan oleh suatu perusahaan. Diantaranya

1. *On the job training*, pelatihan dengan cara para pegawai ditempatkan dalam kondisi pekerjaan yang riil di bawah bimbingan dan supervisi dari pegawai yang berpengalaman.
2. Ceramah, pendekatan terkenal karena menawarkan sisi ekonomis dan material organisasi.
3. Simulasi, pelatihan yang menggunakan peraga sebagai simulasi atas suatu pekerjaan.
4. Peragaan, pelatihan ini dilakukan dengan cara peragaan tentang penjelasan tatacara mengerjakan suatu pekerjaan melalui contoh dan percobaan yang sedang didemonstrasikan.

## **METODE**

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk memberikan suatu gambaran tertentu atas pelatihan yang dilakukan oleh tim KKN UBP Karawang kepada pelaku usaha mengenai pemasaran online marketplace.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dan observasi pada saat pelaksanaan kegiatan pelatihan tersebut. Analisis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **Hasil dan Pembahasan**

Sasaran pelatihan kegiatan ini ditujukan untuk membantu masyarakat desa Jatiragas, terutama untuk masyarakat yang membuat Kue rumahan agar pemasarannya dapat mencakup secara meluas dengan menggunakan marketplace shopee dan penjualannya dibantu oleh BUMDES. selain itu, tujuan dari kegiatan ini ditujukan untuk mengembangkan potensi – potensi yang ada di desa Jatiragas.

Metode yang dilakukan adalah metode diskusi dan metode peragaan atau contoh dengan perwakilan perangkat desa Jatiragas dan tim KKN desa Jatiragas. Dalam upaya meningkatkan pemasaran Kue, penulis berdiskusi dengan perwakilan perangkat desa. Adapun data pendukung yang di dapat penulis dari artikel dan buku mengenai pembahasan mengenai pemasaran serta marketplace.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan mengenai pengembangan pemasaran produk melalui Toko Online atau Marketplace. Berikut ini ada beberapa tahapan dalam memberikan penyuluhan dan pelatihan :

a. Tahap 1 : Mulai Kegiatan (Menyurvei dan berdiskusi dengan pengkat Desa)

Pada awal dimulai kegiatan dilakukan diskusi dengan perangkat desa secara *virtual* untuk memenuhi kebutuhan data yang diperlukan. Agar dapat dianalisis kebutuhan analisis *fungsiional* dan *non fungsiional*.

b. Tahap 2 : Perumusan Masalah

Pada tahapan ini menganalisis permasalahan yang terjadi di desa Jatiragas, penulis menganalisis permasalahan yang terdapat pada pembuatan Kue rumahan desa Jatiragas. Permasalahan nya terdapat pada kurangnya pengembangan pemasaran dan kurangnya pemahaman mengenai marketplace.

c. Tahap 3 : Memberikan sosialisasi dan pelatihan

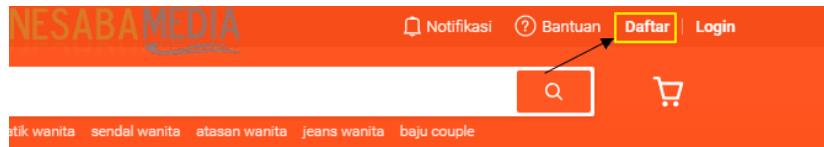
Melakukan sosialisasi metode pemasaran melalui marketplace untuk mengembangkan pemasaran, dengan menjelaskan manfaat, kekurangan, dan tata cara penggunaan marketplace.

Pembuatan Kue diproduksi ketika ada pesanan dan membuat stock dirumah untuk pelanggan yang datang langsung kerumah. Sistem penjualan Kue di jual ke pasar, dan menerima pemesanan kue untuk acara. Sedangkan untuk pemasaran Kue dilakukan melalui postingan *whatsaap* dan dari mulu ke mulut. Dikarenakan kurangnya pengembangan pemasaran, Kue hanya menjangkau lingkungan sekitar.

Solusi untuk pengembangan pemasaran Kue desa Jatiragas dapat dilakukan dengan menggunakan metode pemasaran online melalui pemanfaatan teknologi, yakni dengan memanfaatkan e-commerce seperti marketplace pada aplikasi shopee, lazada, tokopedia, blibli, dan sebagainya. Di masa pandemik covid-19 seperti ini, penggunaan marketplace menjadi sangat meningkat, karena pembatasan sosial untuk memutus mata rantai covid-19 yang mengharuskan melakukan segala kegiatan dari rumah, seperti kegiatan belajar, pekerjaan, dan pembelanjaan. Oleh karena itu saat ini pemasaran online melalui marketplace sangat bermanfaat dan diperlukan untuk mencakup masyarakat luas dan meningkatkan

penjualan. Berikut ini terdapat tata cara pembuatan akun toko marketplace pada halaman website shopee sebagai upaya metode pemasaran online :

1. Buka website shopee pada browser dengan memasukkan link <https://shopee.co.id> atau bisa juga dengan mendownload aplikasi shopee pada playstore.
2. Setelah halaman atau aplikasi shopee terbuka, klik **daftar** seperti gambar di bawah ini



*Sumber : Nesabamedia*

3. Setelah itu, akan ada tampilan seperti ini

*Sumber : Nesabamedia*

Lalu silahkan diisi form untuk registrasi, berikut langkahnya :

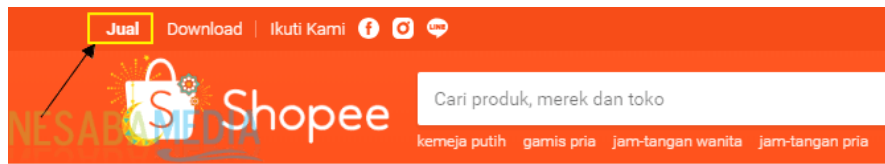
- a. Masukan nomor telepon lalu klik **verifikasi**. Anda akan mendapat kode verifikasi melalui SMS, kemudian masukkan kode verifikasi tersebut di kotak **Kode verifikasi**.

*Sumber : Nesabamedia*

- b. Kemudian masukan username, password dan konfirmasi password.
- c. Masukan kode captcha sesuai dengan gambar captcha di sebelahnya
- d. Kemudian klik **daftar**

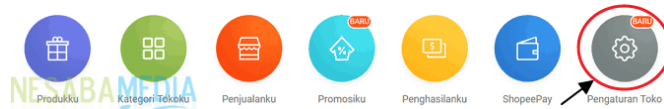
Untuk pendaftaran akun selain dengan mengisi form, pendaftaran juga bisa mendaftar melalui facebook atau email.

4. Jika sudah berhasil registrasi, kemudian klik **jual**



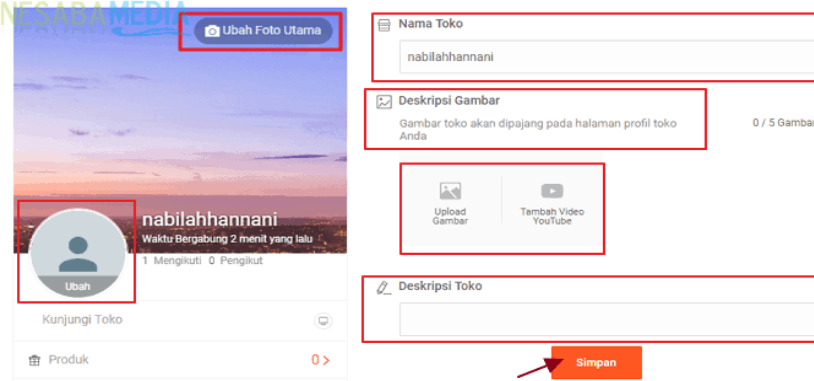
Sumber : Nesabamedia

5. Setelah klik jual, maka akan ada tampilan pilihan lalu klik **pengaturan toko**



Sumber : Nesabamedia

6. Selanjutnya mengisi profil toko, isi dan lengkapi yang ditandai dengan kotak merah pada gambar dibawah ini, yang terdiri atas nama toko, deskripsi gambar, upload gambar/video, deskripsi toko, logo/foto toko, dan banner toko. Jika sudah diisi, kemudian klik **simpan**.



Sumber : Nesabamedia

7. Setelah itu, pilih **Alamat saya** untuk mengatur alamat toko.



Sumber : Nesabamedia

8. Klik tombol + **Tambah alamat baru**



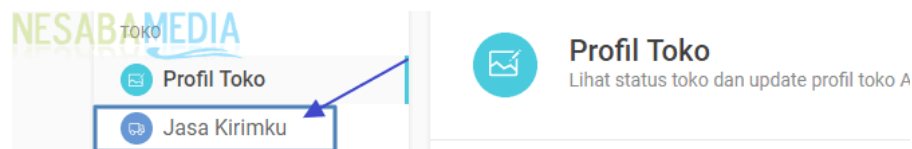
Sumber : Nesabamedia

9. Kemudian akan muncul tampilan form tambah alamat baru, isi kemudian lengkapi data tersebut lalu klik **Simpan**.



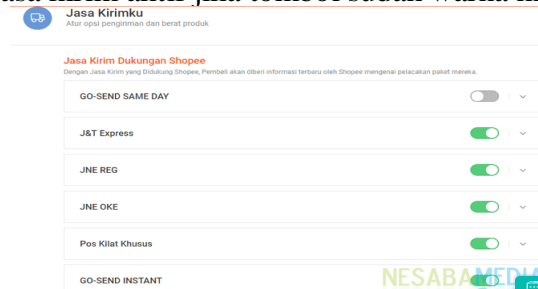
*Sumber : Nesabamedia*

10. Kemudian pilih **Jasa kirimku**



*Sumber : Nesabamedia*

11. Pilih jasa kirim toko dengan mengaktifkan tombol yang tersedia di samping masing-masing jasa kirim( jasa kirim aktif jika tombol sudah warna hijau)



*Sumber : Nesabamedia*

Untuk metode pemasaran produk Kue pada marketplace, sebaiknya mengaktifkan jasa kirim dengan sistem **COD**. Jika pengiriman dilakukan melalui ekspedisi, akan memerlukan waktu lebih lama untuk produk dapat diterima oleh konsumen. Karena produk Kue memiliki tingkat *expired* yang lebih cepat, perhatikan alamat pelanggan dan kecuali jika jasa kirim nya menggunakan fitur *express* yang tingkat penyampaian nya 1 hari

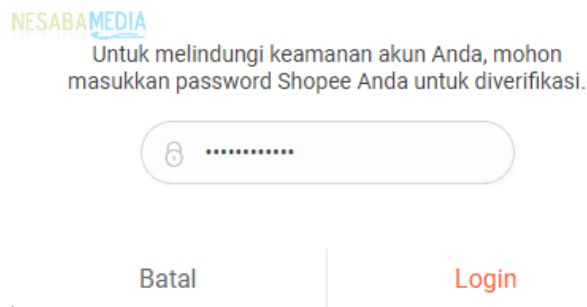


12. Setelah memilih jasa kirim, kemudian mengatur rekening bank untuk melakukan transaksi pembayaran atau penerimaan uang penjualan di shopee dengan mengklik **Kartu/Rekening Bank**



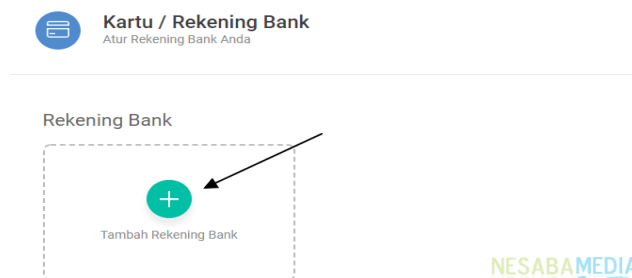
*Sumber : Nesabamedia*

13. Untuk keamanan, masukan *password* shopee sebagai verifikasi. Kemudian klik **Login**



*Sumber : Nesabamedia*

14. Untuk menambahkan rekening bank pemilik toko, klik **ikon tambah +**



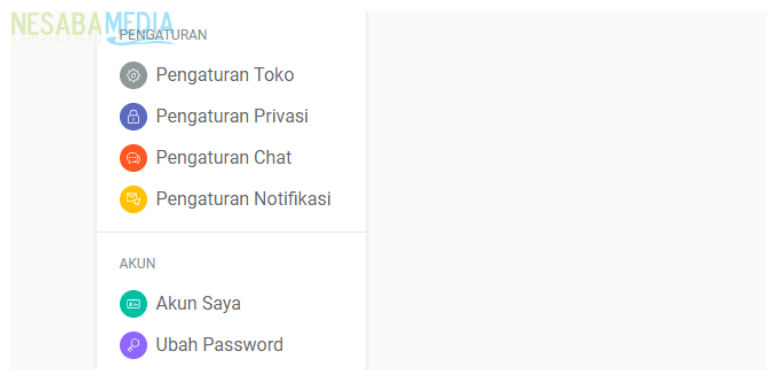
*Sumber : Nesabamedia*

15. Stelah itu, isi form dan lengkapi data. Kemudian klik **Berikutnya**

A screenshot of the 'Tambah rekening bank' form. The form has a title bar with 'Tambah rekening bank' and a close button. Below the title bar, there are five input fields: 'Nama (harus sama dgn Rekening Bank)', 'No. Rekening', 'Bank' (a dropdown menu showing 'Bank Mandiri'), 'Cabang Bank', and 'Kota/Kabupaten'. A red error message 'Kolom tidak boleh kosong' is displayed above the 'Nama' field. At the bottom of the form, there are two buttons: 'Berikutnya' and 'Batal'.

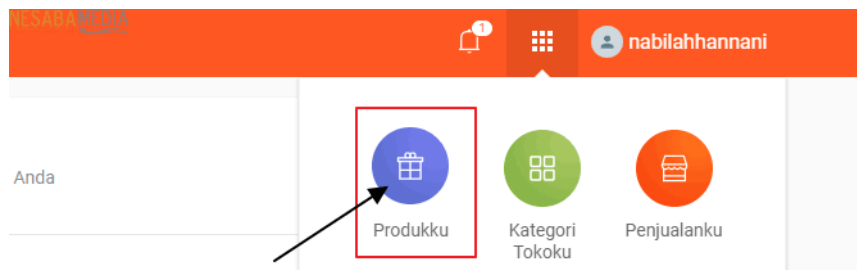
*Sumber : Nesabamedia*

16. Setelah pengaturan pembuatan toko sudah selesai, diperlukan pengaturan lainnya



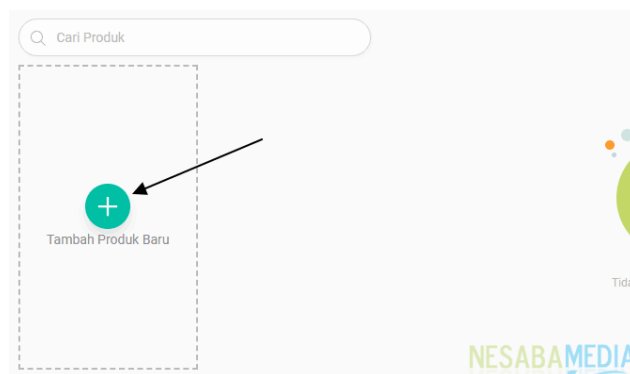
*Sumber : Nesabamedia*

17. Setelah pembuatan toko dan penyuntingan pengaturan selesai, maka langkah selanjutnya menambahkan produk pada toko dengan mengklik **Produkku**



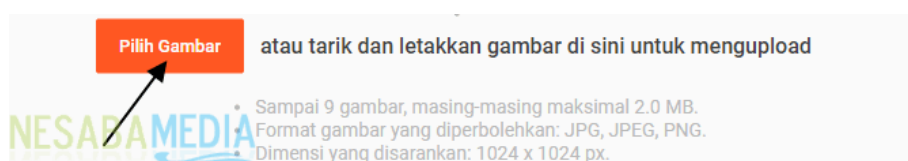
*Sumber : Nesabamedia*

18. Untuk menambahkan produk, klik ikon +



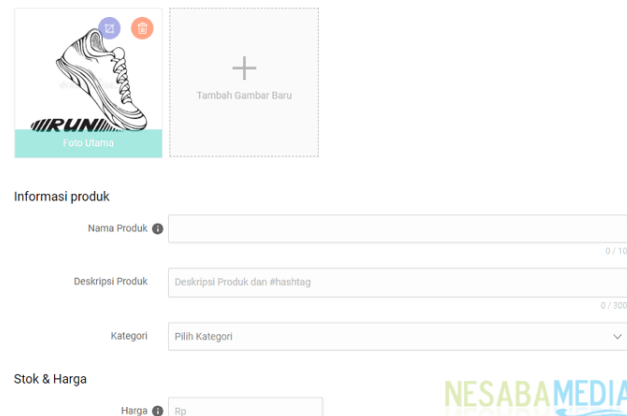
*Sumber : Nesabamedia*

19. Kemudian masukan pilihan gambar produk dengan mengklik tombol **Pilih Gambar**



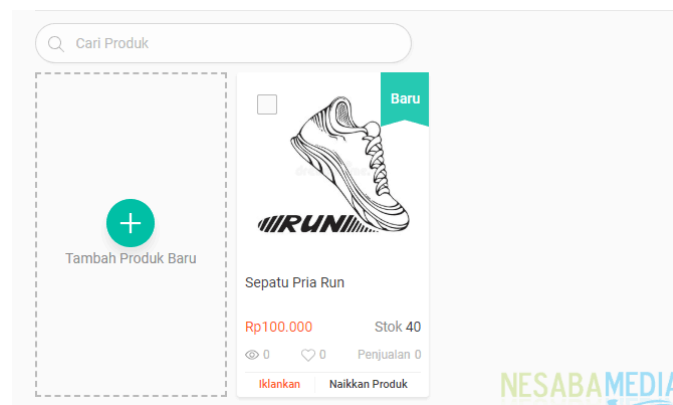
*Sumber : Nesabamedia*

20. Setelah gambar berhasil diupload, kemudian isi form mengenai informasi produk seperti harga, jasa kirim, deskripsi dan sebagainya. kemudian klik **Simpan**



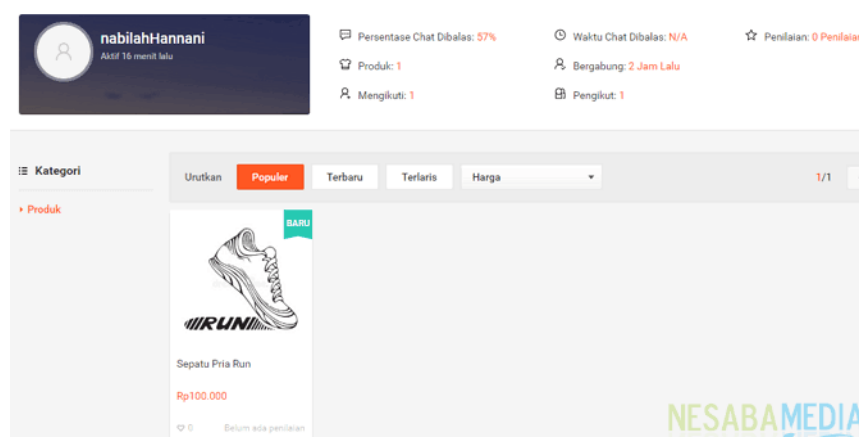
*Sumber : Nesabamedia*

21. Setelah disimpan, maka produk pertama sudah ditambahkan pada toko .



*Sumber : Nesabamedia*

22. Tampilan produk pada halaman utama profile toko



*Sumber : Nesabamedia*

Simulasi atas peragaan contoh tersebut para pelaku usaha kue dapat mencoba dan dapat mendaftarkan diri menjadi pelaku usaha online, sehingga pangsa pasarnya dapat lebih luas dan menyebar. Namun sebagai terdapat temuan mengenai pelaksanaan pelatihan marketplace

tersebut, yaitu produk yang akan dipasarkan masih tergolong produk cepat basi atau kadaluarsa. Seperti kue basa. Kekuatan kue basah hanya sekitar 2-3 hari, sedangkan pengiriman barang ke konsumen memerlukan waktu beberapa hari.

Kendala lainnya berupa banyak warga yang belum paham akses dan mengoperasikan system digital, rata-rata pelaku usaha bukan dari kaum milenial yang seyogyanya perlu pendampingan khusus dari anggota masyarakat lainnya yang mengenal system digital.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan penelitian ini adalah pelaksanaan pelatihan marketplace bagi pelaku usaha kue di desa Jatiaragas sudah cukup baik. Namun terdapat kendala berupa terdapat produk yang cepat kadaluarsa yang akan menghambat distribusi barang dan kurangnya pemahaman pelaku usaha kue dalam mengenal system digital.

Saran untuk pelaku usaha kue, untuk pemasaran online setidaknya produk kue waktu kadaluarsanya diusahakan minimal 1 minggu. Sedangkan bagi kaum milenial yang paham sistem digital dapat membantu para pelaku usaha dalam memasarkan produknya di marketplace.

## **Daftar Pustaka**

- Basu Swastha, D., & Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern* . Yogyakarta: Liberty.
- Handayani, M. (2017). Analisis Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce.
- Rivai, Veithzal dan Ella Jauvani Sagala. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia untuk perusahaan dari teori ke praktik. Jakarta: Rajawali Pers
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran* (Keenam ed.). Yogyakarta: ANDI OFSSET.